

LA REVISTA

MELVAN

TRANSPORTE & LOGÍSTICA

Nro 2 - abril 2025

**LA DIGITALIZACIÓN EN
LA CADENA DE
SUMINISTRO:**

Impacto en la logística
4.0 - Pág 13

**ENTREVISTA CON
RAPHAEL ACEVEDO**

Raphael Acevedo, Sales
manager de Taurus
logisticsted - Pág 20

**HIPERAUTOMATIZACIÓN
EN EL SECTOR LOGÍSTICO**

Artículo de análisis - Pág 10

EDITORIAL

En Melvan, entendemos que hablar de logística es hablar de presente y futuro. Hoy más que nunca, la innovación, la sostenibilidad y la tecnología marcan el ritmo de nuestra industria. Por eso, en esta nueva edición de Melvan, La Revista, decidimos mirar hacia adelante: hacia las tendencias que están transformando el transporte y la cadena de suministro.

Desde los retos de implementar la Logística 4.0 hasta los avances en inteligencia artificial y digitalización, esta edición recoge casos reales, miradas diversas y herramientas prácticas para entender cómo se está moviendo el sector. Una logística moderna no es solo más rápida o más tecnológica, sino también más humana, responsable y colaborativa.

Gracias al equipo de Melvan que hace posible esta revista y a cada lector que nos acompañan desde el primer momento. Espero que esta edición les brinde información valiosa y, sobre todo, innovación.

- Ruby Farah Montalvan Ruiz

Créditos:

Editora General: Ruby Montalvan Ruiz / Editora Gráfica: Ximena Ibañez



Vanessa Pinday
General Manager
vanessapinday@melvanperu.com

Melissa Pinday
Sales Manager
melissapinday@melvanperu.com

Irma Huaraca
Sales Assistant
irmahuaraca@melvanperu.com

Valeria Goicochea
Pricing
pricing@melvanperu.com

Melissa Chuo
Customer Service & Operations
customer@melvanperu.com

Chiara Sáenz
Marketing Manager
marketing@melvanperu.com

Claudia Condor
Audiovisual Assistant
audiovisual@melvanperu.com

Ximena Ibañez
Editorial Designer
ximenaibanez@melvanperu.com

Ruby Montalvan
Creative Copywriter
redaccion@melvanperu.com

LA INFLACIÓN:
Sus efectos en la importación

06

TLC - TRATADOS DE LIBRE
COMERCIO: Beneficios para tu
importaciones y exportaciones.

17

ÍNDICE

EVAS OPORTUNIDADES DE
PORTACIÓN:
mercado de las frutas

05

ENTREVISTA CON RAPAHÉL
ACEVEDO: Sales Manager de
Tauros Logistics

21

LOS MEJORES PAÍSES PARA
IMPORTAR:
Calidad, costos y oportunidades

08

13

LA DIGITALIZACIÓN EN LA
CADENA DE SUMINISTRO y su
impacto en la logística 4.0

**La
innovación
motor de
la logística
moderna**

es
el

NUEVAS OPORTUNIDADES DE EXPORTACIÓN: El mercado de las frutas

Las frutas peruanas están en racha. Desde finales de 2024, el Perú ha ganado protagonismo en el mercado global gracias al crecimiento sostenido de sus exportaciones. Esto ha atraído el interés de inversionistas especializados en logística y transporte, impulsando nuevas conexiones comerciales a nivel internacional.

Según datos del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR), en 2024 las exportaciones de frutas alcanzaron los US\$ 5,808 millones, un 17.1% más que el año anterior. Y lo mejor es que esta tendencia sigue en alza, con productos estrella como la palta, la uva y el arándano conquistando mercados clave.

El reto logístico

Exportar no es solo cosechar y vender. El transporte y la infraestructura juegan un papel clave. El Ministerio de Transportes y Comunicaciones (MTC) ya ha señalado la necesidad de mejorar la infraestructura vial y portuaria para que las frutas lleguen a su destino sin sobre costos ni retrasos.

Si eres parte del mundo exportador o piensas meterte en él, este es el momento de mirar de cerca el mercado de frutas. La demanda global está creciendo, y Perú tiene lo que se necesita para destacar. Pero ojo: adaptarse a las exigencias del con-

sumidor y garantizar calidad será la clave para mantenerse en el juego.

Recuerda que en Melvan esta completamente capacitado para asesorarte en el mundo de las exportaciones e importaciones. Si tienes dudas, comunícate con nosotras.

+51 941 650 275

melissapinday@melvanperu.com

¿Dónde están las oportunidades?

Depende del destino. Cada mercado tiene sus propias exigencias y tendencias:

Estados Unidos Se busca lo saludable y práctico. Frutas listas para comer, sin complicaciones, y una explosión de e-commerce para venderlas.

Europa Aquí pesa mucho la sostenibilidad. Prefieren productos con menos plástico, orgánicos y con historias detrás. Saber de dónde viene la fruta y que tenga un impacto positivo es clave.

Asia-Pacífico La demanda de frutas premium y exóticas está subiendo. También hay interés en mezclas de frutas listas para consumir y opciones congeladas.



INFLACIÓN

y su efecto en las importaciones

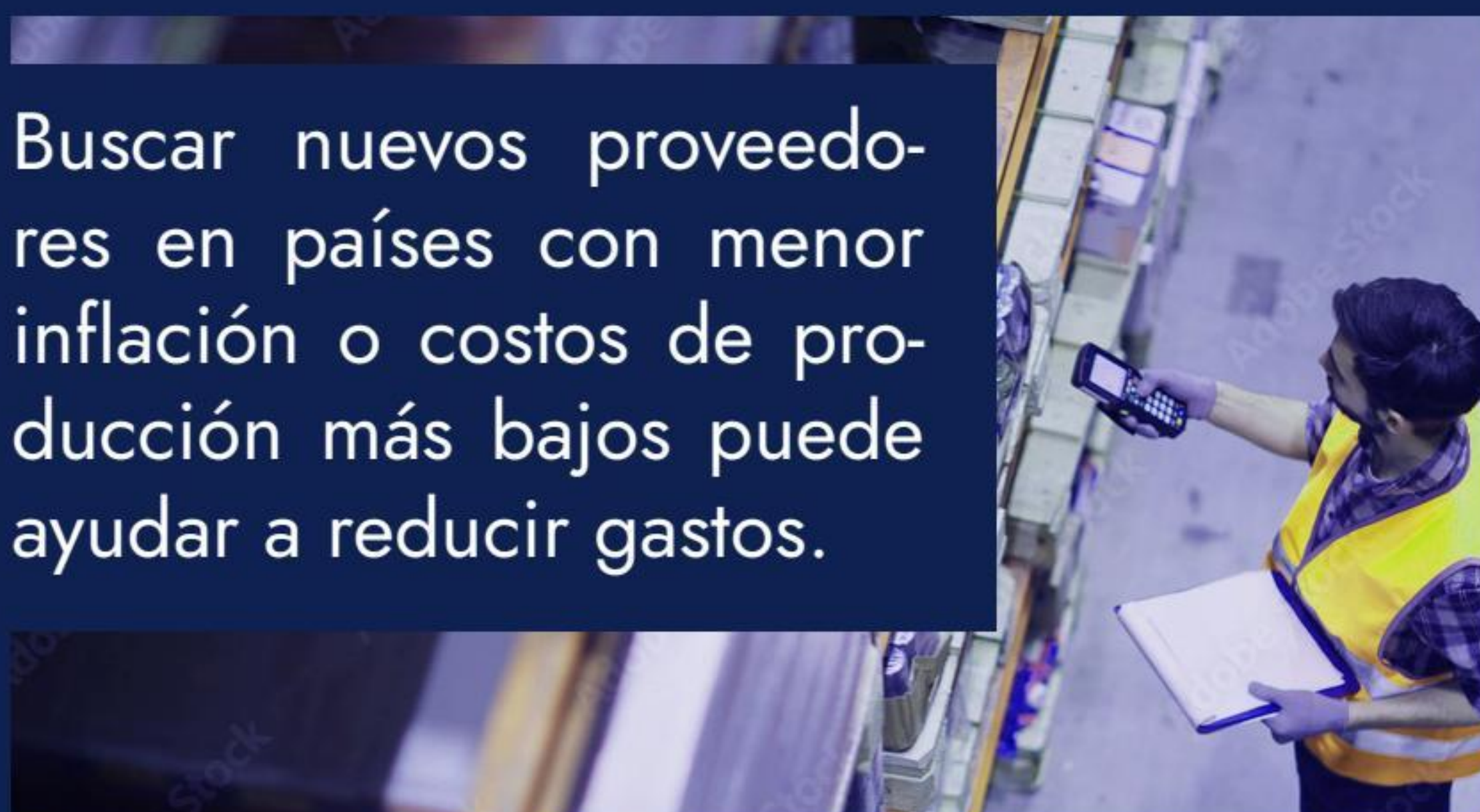
La inflación es un fenómeno económico que impacta directamente en el poder adquisitivo de los ciudadanos y en el costo de bienes y servicios. Uno de los sectores más afectados es el comercio internacional, ya que el alza en los precios puede generar efectos negativos en las importaciones, generar incertidumbre en los mercados y afectar a consumidores y empresas por igual.

Ahora que el concepto de inflación está claro, es crucial entender cómo esta problemática influye en las importaciones y qué estrategias pueden adoptar las empresas para poder mitigar sus efectos. Si bien la inflación representa un desafío significativo para el comercio internacional, empresas y consumidores deben adaptarse a este contexto mediante estrategias de diversificación, negociación y eficiencia en la gestión de costos.

Estrategias para mitigar el impacto

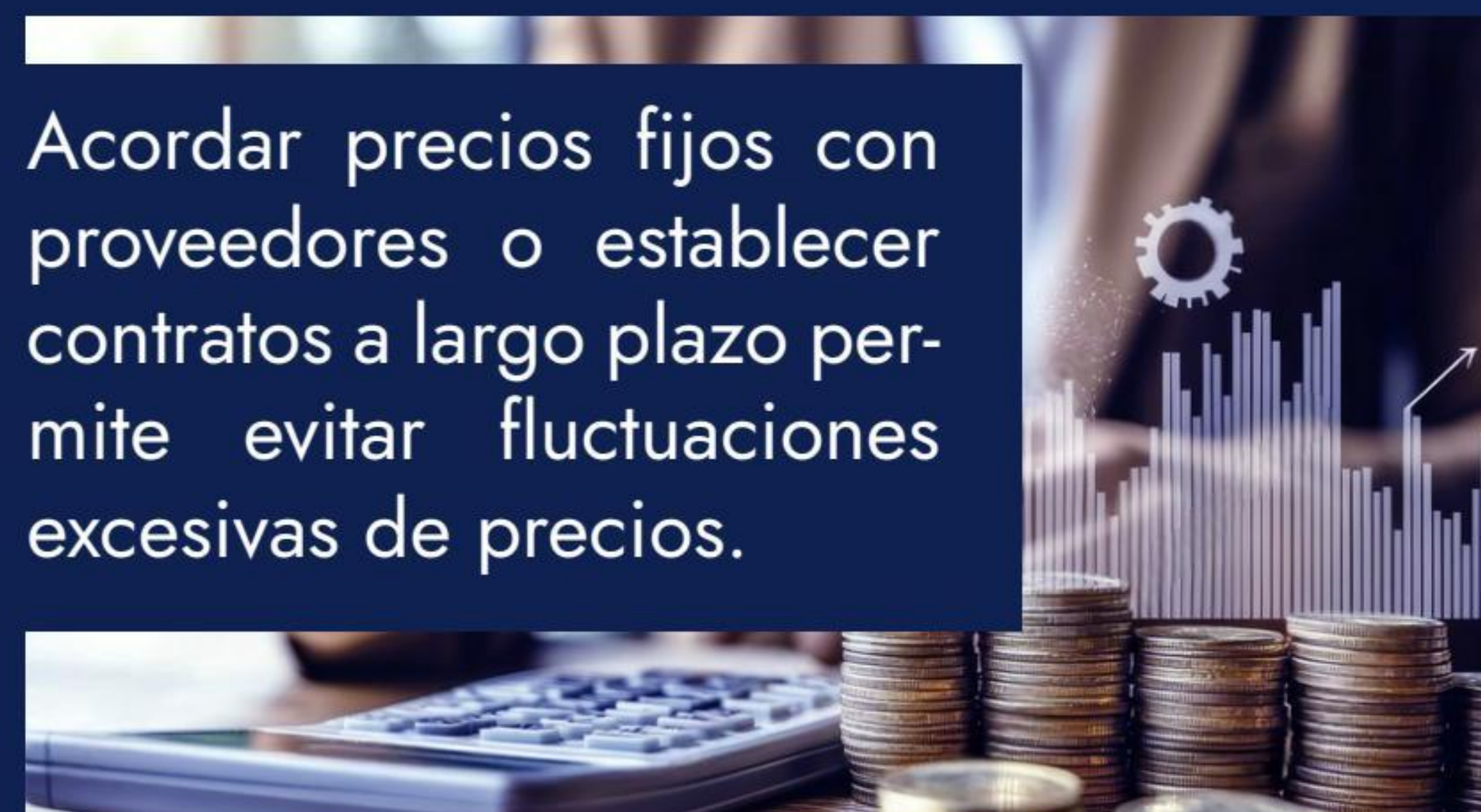
1

Buscar nuevos proveedores en países con menor inflación o costos de producción más bajos puede ayudar a reducir gastos.



2

Acordar precios fijos con proveedores o establecer contratos a largo plazo permite evitar fluctuaciones excesivas de precios.



¿Cómo afecta la inflación a las importaciones?

Según el Banco Central de Reserva del Perú el impacto de la inflación en las importaciones se puede observar en varios aspectos clave:



Aumento en los costos de los bienes importados. Esto afecta a sectores como la tecnología, la industria automotriz y los alimentos procesados, entre otros.



Factores como el incremento en los precios del combustible y la crisis en las cadenas de suministro elevan los costos del comercio internacional.



Devaluación de la moneda local, la moneda nacional suele perder valor frente a divisas extranjeras como el dólar estadounidense, lo que encarece aún más las importaciones.



Los consumidores enfrentan precios más altos en productos importados, lo que puede afectar su poder adquisitivo y modificar sus hábitos de consumo.

De acuerdo con Rexie, casa de cambio online, ante esta desafiante situación, las empresas y comerciantes pueden adoptar diversas estrategias para así poder minimizar sus efectos.

3

Utilizar herramientas financieras como opciones o futuros de divisas para protegerse contra la volatilidad del tipo de cambio.



4

Mejorar la eficiencia en el transporte y almacenamiento puede reducir costos adicionales asociados a la inflación.



LOS MEJORES PAÍSES PARA IMPORTAR:

calidad, costos y oportunidades

1 **China**, el gigante indiscutible: Siendo el mayor exportador del mundo y el destino favorito de importadores debido a sus bajos costos de producción y amplia variedad de productos, según Statista, en 2024 China exportó aproximadamente 3.58 billones de dólares. Sin embargo, es clave evaluar la calidad de los proveedores y los tiempos de envío antes de realizar compras.

2 **Estados Unidos**, tecnología y marcas reconocidas: Si buscas productos tecnológicos, farmacéuticos o marcas con alto valor de prestigio, EE. UU. es una excelente opción. Aunque los costos pueden ser más elevados, la calidad y fiabilidad son un gran atractivo.

3 **India**, textiles y productos farmacéuticos a buen precio: India es líder en exportación de textiles, productos farmacéuticos y software. De acuerdo con el Ministerio de Industria y Comercio de la India, el país ocupa el sexto lugar en exportación de textiles y prendas de vestir, representando el 3.9% del comercio global en este sector.

4 **Alemania**, innovación y maquinaria de alta gama: Cuando se trata de productos de ingeniería, automóviles y tecnología industrial, Alemania es una de las mejores opciones. Según la Oficina Federal de Estadística de Alemania (Destatis), en 2024, los vehículos de motor y sus partes representaron el 16.9% de las exportaciones alemanas, seguidos por la maquinaria con un 14.0%.

5 **Brasil**, materias primas y alimentos: De acuerdo con el Ministerio de Agricultura de Brasil, las exportaciones agroindustriales del país totalizaron 164.4 mil millones de dólares en 2024, consolidando su posición como un actor clave en la seguridad alimentaria global. Importar desde este país reduce costos logísticos y tiempos de entrega dentro de la región.

¿Y qué pasa con Perú?

Perú también juega un papel relevante en el comercio internacional. Según América Economía, en 2024, las exportaciones peruanas alcanzaron un récord de más de 73 mil millones de dólares, consolidando cuatro años consecutivos de crecimiento. Por otro lado, las importaciones peruanas sumaron aproximadamente 52.1 mil millones de dólares, lo que resultó en un superávit comercial de 23.8 mil millones de dólares, según datos de Peru Support Group.

Entre los principales socios comerciales de Perú en importaciones se encuentran:

China (23% de las importaciones, equivalentes a 9.2 mil millones de dólares).

Estados Unidos (19% de las importaciones, sumando 7.6 mil millones de dólares).

Brasil (7% de las importaciones, con un total de 2.8 mil millones de dólares), de acuerdo con Volza.

Los productos más importados por Perú incluyen combustibles minerales y aceites (9.27 mil millones de dólares), reactores nucleares y maquinaria (6.72 mil millones de dólares), y vehículos (4.85 mil millones de dólares), según Trade Imex.

Además, con el megapuerto de Chancay, financiado por inversión china y operado por Cosco Shipping y Volcan, permitirá recibir embarcaciones de mayor tamaño y reducir tiempos de viaje hacia Asia.

En Melvan entendemos que cada negocio tiene necesidades únicas. Por eso, te ayudamos a importar de los mejores mercados, asegurando calidad, buen precio y entregas sin complicaciones.

CALLAO - GUAYAQUIL

20 STD

Tarifa: US\$ 435

40 STD 40 HQ

Tarifa: US\$ 501

Contáctanos 

+51 965 815 912 - +51 990 999 575

Sujeto a términos y condiciones

Válido hasta el 30 de abril de 2024

¿La hiperautomatización en el sector logístico realmente beneficiará más al cliente?

*Escrito por
Ximena Ibañez*

La implementación de tecnologías avanzadas, como la Inteligencia Artificial (IA), el Big Data, machine learning (ML) y la automatización de procesos robóticos (RPA) dentro del sector logístico, está aumentando progresivamente, generando la apertura de una nueva era: la Logística 4.0. ¿Qué implica este concepto? Según la Unidad de Servicios de Infraestructura de CEPAL, “se caracteriza por su capacidad de optimización de tiempo y recursos, trazabilidad de la cadena, seguridad e integridad de los datos así como una adecuada interoperabilidad entre distintos actores humanos y digitales”. Se sugiere entonces que mejora el trato entre las empresas logísticas y el cliente debido al uso de tecnologías que agilizan su interacción.

Algunas empresas que han integrado estas tecnologías en diferentes procesos de la cadena de suministro son Amazon con robots automatizando su almacenamiento y un machine learning para diseñar rutas más eficaces; FedEx y UPS optaron por automatizar el tracking usando la IA para enviar notificaciones sobre el estado del envío de una carga; y DHL usa la IA con RPA para ofrecer descuentos personalizados a sus clientes basado en sus patrones de envío. Ante este nuevo panorama y la competitividad del mercado,



es fácil deducir que las empresas logísticas se plantearán implementar, mezclar o potenciar herramientas tecnológicas en sus operaciones para no quedarse atrás. Este cambio resulta prometedor para el cliente, pero... ¿realmente, lo es?

Según el McKinsey Global Institute, cerca del 50 % de las actividades laborales podrían automatizarse con tecnologías ya existentes, lo que permitiría un incremento sostenido de la productividad global entre un 0.8 % y 1.4 % anual. A pesar de estos resultados, la hiperautomatización en la cadena de suministro no garantiza por sí sola una experiencia satisfactoria para el cliente ni una interacción eficaz. Principalmente, porque todavía existen desafíos estructurales y operativos que limitan el impacto real de estas tecnologías. En su encuesta realizada en 2022, bajo el rótulo “Transformando a través de la tecnología”, la firma PwC resaltó el entusiasmo de los ejecutivos empresariales por integrar nuevas tecnologías como una estrategia prioritaria en su negocio. Sin embargo, también señaló el gran porcentaje de obstáculos que han encontrado los ejecutivos en su afán de reinventarse: el 88 % no logra traducir su inversión en resultados cuantificables; el 85 % sufre por el alto costo, y el 84 % subraya la necesidad urgente de capacitar al talento humano frente al avance digital. Aun con ello, esta medida se llevaría a cabo en un plazo de 2 a 3 años.

La consultora Gartner proyectó que, para este año, el 70 % de las organizaciones líderes en Infraestructura y Operaciones habrían adoptado la automatización como estrategia sostenida de sus procesos. ¿Su universo? Grandes empresas con ingresos superiores a los 1.000 millones de dólares anuales. La brecha es clara: las tendencias de automati-

zación avanzan, por ahora, solo al ritmo de quienes pueden costearlas. Las empresas con infraestructuras tradicionales —como las PYMES— enfrentan grandes dificultades para incorporar nuevas tecnologías, debido a los elevados costos que implica su implementación. De acuerdo con el estudio ‘Logística 4.0: cómo las tecnologías digitales están cambiando los procesos logísticos’, del Instituto de Investigación Handelsblatt, solo un tercio (33 %) de las empresas europeas ha comenzado a implementar una estrategia de transformación digital en logística.

En el caso del Perú y de otros países latinoamericanos, el proceso de transición hacia una logística 4.0 enfrenta retos adicionales. Como indica la Unidad de Servicios de Infraestructura de CEPAL, la alta heterogeneidad de los sectores productivos en la región genera una brecha entre quienes pueden adoptar tecnologías avanzadas y quienes continúan operando bajo modelos tradicionales. Si bien el uso de herramientas digitales podría adaptarse mejor a las necesidades del mercado, su implementación no sería rentable ni viable para muchas empresas, especialmente si esto implica elevar los costos y trasladarlos al cliente final. A esto se suma un aspecto no menor: la experiencia de atención se vuelve más impersonal, pues la interacción directa con humanos se reduce frente a chatbots o interfaces automatizadas. Esta deshumanización puede perjudicar la experiencia del cliente, especialmente en procesos complejos o sensibles, como lo alerta un estudio del 2023 de Salesforce, donde el 64 % de los consumidores afirmó preferir el trato humano en momentos clave del servicio. En ese sentido, el verdadero beneficio para el cliente no está solo en la rapidez, sino en la calidad del vínculo que mantiene con quien le presta el servicio.





La digitalización en la cadena de suministro y su impacto en la Logística 4.0

La digitalización ya no es una opción. Es una necesidad para cualquier empresa que quiera competir en el dinámico mundo de la logística. En la era de la Logística 4.0, la tecnología no solo automatiza procesos: transforma cómo producimos, transportamos, entregamos... y sobre todo, cómo nos conectamos con nuestros clientes.

En este artículo te contamos cómo la transformación digital está reconfigurando la cadena de suministro desde adentro, integrando herramientas como blockchain, inteligencia artificial e IoT para construir una logística más ágil, sostenible y centrada en las personas. Porque sí, la revolución digital también puede ser profundamente humana.

Transformación digital: la columna vertebral

Transformarse digitalmente no es simplemente adoptar software o comprar más equipos tecnológicos. Es repensar todo el modelo de negocio con una mentalidad innovadora. En logística, esto significa tener visibilidad completa de la cadena de suministro, automatizar procesos críticos y tomar decisiones basadas en datos.

Gracias a la digitalización, hoy es posible:

- Rastrear productos en tiempo real.
- Optimizar rutas de entrega con IA.
- Reducir errores humanos.
- Minimizar costos y tiempos de espera.
- Crear flujos logísticos más sostenibles

Además, esta transformación requiere una evolución cultural: trabajar de forma más ágil, romper silos de comunicación y poner al cliente al centro de cada decisión.

Una de las tecnologías estrella en esta revolución es el blockchain. Aunque muchos la asocian con las criptomonedas, su uso en logística tiene un impacto mucho más tangible.

En la cadena de suministro, el blockchain permite:

- Registrar cada paso del producto con sellos de tiempo inalterables.
- Evitar fraudes o manipulaciones en la documentación.
- Garantizar la autenticidad de productos de alto valor o

sensibles.

- Tener visibilidad total de origen, transporte, almacenaje y entrega.

Por ejemplo, si un cliente quiere saber si su café fue cultivado bajo prácticas sostenibles, con blockchain puede verificarlo. Esta transparencia no solo fortalece la confianza, sino que acelera procesos aduaneros, mejora la gestión de inventarios y reduce los conflictos entre partes.

Blockchain: trazabilidad, seguridad y eficiencia en el comercio exterior

¿Qué es la *logística 4.0*?

La Logística 4.0 nace como respuesta a la llamada Industria 4.0: un ecosistema donde lo digital, lo físico y lo biológico se integran para dar paso a una nueva era de producción y servicios. En el caso logístico, hablamos de sistemas automatizados, datos en tiempo real, inteligencia artificial que predice necesidades y sensores que rastrean cada movimiento.

Ya no se trata solo de mover productos, sino de gestionar redes inteligentes capaces de anticiparse, adaptarse y responder en tiempo real. Y aquí es donde entra en juego la transformación digital.

La digitalización les permitio atender mejor, pero también escuchar mejor. Porque hoy, los clientes no solo quieren rapidez, también quieren sentirse comprendidos y conectados con marcas que compartan sus valores.

Digitalización con propósito:

No se trata solo de ser más rápidos o más eficientes. También se trata de ser más humanos. Como menciona el concepto de marketing 6.0, de Kotler y Carrión, la tecnología debe estar al servicio de valores como la ética, la empatía y la sostenibilidad.

Empresas como Melvan han entendido esto. Al digitalizar sus procesos logísticos, no solo mejoraron su operatividad, también crearon una experiencia más cercana para sus clientes. A través de tecnologías como WhatsApp Business y seguimiento en línea, lograron acortar distancias y mejorar la relación con el consumidor final.

Tecnología que transforma con sentido

La transformación digital en la cadena de suministro no es un fin, es un camino. Y en ese camino, la logística 4.0 se vuelve una herramienta poderosa para construir un servicio más transparente, eficiente y humano. Las empresas que abracen esta transformación no solo ganarán en competitividad. Ganarán en relevancia, en conexión y en propósito. Porque en tiempos de cambio, las organizaciones que se adaptan no son las más grandes, sino las más visionarias.

CALLAO - SAN ANTONIO

20 STD

Tarifa: US\$ 495

40 STD 40 HQ

Tarifa: US\$ 607

Contáctanos 

+51 965 815 912 - +51 990 999 575

Sujeto a términos y condiciones

Válido hasta el 30 de abril de 2024

BENEFICIOS DE LOS TRATADOS DE LIBRE COMERCIO

En un escenario global donde el comercio es clave para el desarrollo económico, los Tratados de Libre Comercio o por sus siglas TLC, se han convertido en aliados estratégicos para Perú, potenciando tanto a importadores como a exportadores.

Los TLC promueven:

La eliminación o reducción de aranceles

+20

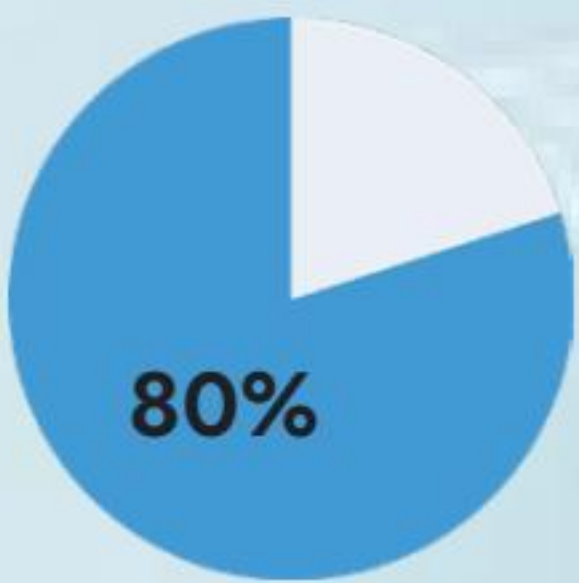
Acuerdos vigentes que Perú tiene con economías como Estados Unidos, China, la Unión Europea y los países del Asia-Pacífico.

EXPORTACIÓN

Productos de salida



Exportaciones peruanas a países con TLC



Fuente: Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (2024)

Según el Ministerio de Economía Finanzas (MEF), los TLC abren las puertas a destinos globales con condiciones preferenciales.

La integración económica y la modernización

Según expertos de la Cámara de Comercio de Lima, estos tratados no solo reducen barreras comerciales, sino que también incentivan la adopción de estándares internacionales, mejorando la calidad de los productos peruanos y atrayendo inversión extranjera. Sin embargo, el reto sigue siendo capacitar a las PYMES para que aprovechen al máximo estas oportunidades.

En un mundo donde la competitividad es clave, los TLC consolidan a Perú como un puente comercial entre América Latina y el resto del planeta, demostrando que la apertura de mercados puede ser de un ganar-ganar para quienes importan y exportan.

En **Melvan** nos encontramos capacitados para asesorarte en el mundo de las importaciones y exportaciones, y si tienes preguntas;  no dudes en comunicarte con nosotras!

IMPORTACIÓN

Los importadores, por otro lado, encuentran en los TLC una ventaja significativa para acceder a bienes y tecnología a menor costo.

Un importador en Arequipa, por ejemplo, puede adquirir paneles solares desde la Unión Europea o fertilizantes desde Canadá con costos reducidos gracias a estos acuerdos, lo que impulsa la productividad y beneficia a los consumidores con precios más bajos.

Productos de entrada



Jengibre con sello peruano:

Promesas, plagas y el futuro de una raíz poderosa

De acuerdo con el Centro de Investigaciones de Economía y Negocios Globales (CIEN), en 2023, Perú exportó casi 74 mil toneladas de jengibre, una cifra que superó los volúmenes del año anterior. Además, el valor agregado del producto alcanzó el 79 %, lo que significa que no solo se vendió más, sino con más elaboración y transformación. Sin embargo, este 2024 arrancó con el pie izquierdo: las exportaciones cayeron 11 %, golpeadas por problemas sanitarios, trabas tecnológicas y temas legales.

En solo un año, la cúrcuma generó 10 millones de dólares en ventas al mercado estadounidense. Pero los especialistas insisten: hay que apostar más por productos transformados, no solo vender la raíz tal cual.



María Verónica
Sánchez - Ingeniera
Agrónoma



“NO BASTA CON PRODUCIR BIEN, HAY QUE CERTIFICARLO”

Bacterias y bioseguridad: lo que no se ve también importa

Uno de los puntos más álgidos del evento fue la sanidad. El jengibre peruano ha sido calificado tres años seguidos como un “alimento de alto riesgo”, por la presencia de plagas como la *Ralstonia* y la *Erwinia*. Según con SENASA e INIA, esto lo pone en la mira de mercados con estándares estrictos como la Unión Europea. Y tal como mencionó la ingeniera agrónoma María Verónica Sánchez: “no basta con producir bien, hay que certificarlo”.



Foto: Ruby Farah

Entre el 22 y 24 de mayo, Junín será sede de un evento clave para el agro peruano: la **II Convención Internacional de Jengibre 2025**. El lugar no es casual, ya que Pichanaqui, en la selva central, es el segundo productor de jengibre a nivel mundial. Sí, mundial. Y mientras el mundo busca alternativas naturales en la cocina, la cosmética y la medicina, **Perú ya tiene la raíz.**

Durante la presentación oficial de la convención —a la que Melvan asistió—, distintos representantes del sector dejaron en claro que el jengibre y la cúrcuma son mucho más que productos agrícolas: son oportunidades económicas, culturales y estratégicas. Pero también cargan con desafíos que van desde bacterias agresivas hasta carreteras en mal estado.

¿Y el Estado? Promesas y proyectos en camino

El ministro de Desarrollo Agrario, Ángel Manero Campos, participó en el evento y aseguró que ya se están dando pasos concretos. Uno de ellos es un proyecto de inversión pública en Satipo y Chanchamayo para reforzar la cadena de exportación. Además, se está discutiendo una nueva ley agraria —impulsada por AGAP— y se aprobó la Ley N.º 08384, que apunta a mejorar las condiciones del sector.

Otro tema clave fue el transporte. Las vías de acceso en la selva central siguen siendo precarias, y eso encarece todo: desde la salida de productos hasta la llegada de asistencia técnica. Por eso, desde **Proginger**, gremio que agrupa a los productores de jengibre y cúrcuma, se hizo un llamado urgente a invertir en infraestructura vial.

¿Reforestar para seguir produciendo?

Detrás del crecimiento de este cultivo hay una realidad incómoda: la deforestación. Para abrir campos de jengibre, muchas veces se talan áreas boscosas. En el evento se habló de la necesidad de establecer una reglamentación clara al respecto y promover la reforestación como parte de la solución. Porque producir sin cuidar el entorno, simplemente no es sostenible.

Antes de finalizar, ¿Sabías que el cuarto jueves de mayo se celebra el Día Nacional del Jengibre? Pues ahora sí. Y este año, la fecha no solo será una celebración, sino también una oportunidad para visibilizar todo lo que hay detrás de esta raíz: los logros, sí, pero también los retos.

ENTREVISTA CON

Raphael Acevedo

- Desde Su experiencia en Taurus Logistics, ¿cómo ha observado la evolución del sector logístico en los últimos años?

Desde la aparición de los teléfonos inteligentes tablets, Laptops y demás devices portables. Todo se aceleró en el sector logístico y se seguirá a ese ritmo por los próximos años.

TENDENCIAS TECNOLÓGICAS EN LOGÍSTICA

- La tecnología está transformando rápidamente la logística. ¿Cuáles considera que son las innovaciones más relevantes que están impactando el sector? El seguimiento en tiempo real de las mercancías a nivel mundial, incluso en altamar o en los vuelos comerciales era considerado una utopía a la vuelta de 10 años atrás y hoy es una realidad, asimismo la automatización en grandes centros de distribución con la incorporación de maquinaria robotizada y especializada para la manipulación de pallets, cajas y estibas han hecho que los niveles de eficiencia en el almacenamiento se optimicen reemplaza los tiempos de ejecución por cuanto a que la operatividad puede ser continua y requiere menor intervención humana para la manipulación física de las mercancías.

. ¿Qué tecnologías emergentes cree que marcarán la diferencia en los próximos años?

Ya es una realidad las TAG's o etiquetas con funciones de geolocalización lo cual es una tecnología aún costosa para ser masiva pero cuyo potencial es enorme, pues tendría la capacidad desde planta de hacer un seguimiento real a cada artículo que la contenga o sea adherida, incluso la funcionalidad misma se trasladaría al equipaje de vuelos comerciales y así en las aerolíneas no volvería a existir el costo de reposición por extravío. Otro punto importante será la incorporación de biometría en la seguridad de apertura en las unidades



Raphael Acevedo
Sales manager de Taurus Logistics

de empaque lo que permite que no sea tarea sencilla alterar el contenido por actores fuera de la ley, atacaría el contrabando y el transporte de sustancias y elementos prohibidos.

- En Taurus Logistics, ¿cómo están integrando la digitalización para optimizar la eficiencia y mejorar la experiencia del cliente?

En nuestro lado, desde muchos años atrás, desarrollamos e incorporamos una plataforma propia que nos permite integrar la información que se genera en el desarrollo de nues-

tras operaciones, el archivo digital de cada operación, junto con sus documentos comerciales, registros fotográficos, facturación

y tracking, pólizas de seguro y en algunos casos el registro y

control de temperatura de las unidades refrigeradas brindando en tiempo real a nuestros clientes en sus dispositivos móviles de manera personalizada en función de sus preferencias.

- La inteligencia artificial ha revolucionado diversos sectores. ¿De qué manera considera que puede aplicarse con éxito en la logística y el transporte?

La IA puede ayudar a la gestión para lograr maximizar la ocupación de los contenedores y unidades de transporte, pues con ella a partir del marketing como primera medida y la divulgación de espacios disponibles, puede contribuir a reducir

Estrategias para crecer en el sector Para las empresas que buscan expandirse en el mundo de la logística, cuales considera que son los factores claves para lograr un crecimiento sostenible?

Mas que el costo del servicio (dado que las tarifas están casi iguales para todos)

Estar 24/7 para los clientes a sus requerimientos y brindarles una operación transparente, manteniéndolos informados constantemente de sus embarques en tiempo real. Además de crear relaciones comerciales con proveedo-

- Ofrecer a los clientes algo que no podrán cumplir

- No tener personas comprometidas con la empresa en su crecimiento.

- No generar lazos comerciales a mediano y largo plazo.

- ¿Qué estrategias recomienda para que las empresas latinoamericanas puedan competir a nivel global en términos de eficiencia y servicio?

- Tener personal capacitado.

- Herramientas tecnológicas para facilitar al cliente sus requerimientos.

Tener un brazo económico fuerte para agilizar las liberaciones de documentos del embarque y pagos para facilitar las operaciones del cliente, etc. Reuniones comerciales operaciones e invitar a los clientes más importantes a estas reuniones

“En un mundo donde el trabajo híbrido se ha vuelto la norma, la logística se transforma: ahora se trabaja desde casa, a cualquier hora del día, impulsada por las tendencias tecnológicas que no descansan.”

res de servicios altamente reconocidos.

- Clasificar a los clientes en A,B,-C,D según sus movimientos de embarques.

- Conocer sus necesidades y brindarles soluciones reales y efectivas para ganarse su confianza.

·Atención Personalizada. Que el cliente que sienta cómodo con la persona que lo atiende, desde la llamada telefónica a operaciones, Comercial o finanzas, etc.

- Cuáles son los errores más comunes que ha observado en compañías que intentan escalar en este sector?

- Finalmente, ¿en un mercado tan dinámico, qué medidas sugiere para que una empresa se mantenga innovadora y adaptable a los cambios del sector?

Se necesitan:

- Reuniones periódicas con los clientes más importantes entre Comercial y Operaciones fuera de la oficina.

- Capacitar al personal.

- Estar actualizados de todo lo que pasa en el mundo logístico e informar a los clientes.



(51) 659 1068 | 990 999 575



www.melvanperu.com



Av. Ejército N° 1180 Ofc. 902 Magdalena del Mar, Lima - Perú



Esta REVISTA fue DESCARGADA de JAROCHOS. Puedes
accesar a nuestro GRUPO PRINCIPAL en TELEGRAM a través
del Grupo de paso

@PurgatorioJarocho
<https://t.me/purgatoriojarocho>

En Jarocho NO promovemos ni incentivamos el uso inadecuado de autoría intelectual, solo compartimos material que ya se encuentra en Internet con una simple búsqueda en cualquier buscador o en sitios como PDFMagazine, WordlMagz, etc.
Si piensas que se están socavando tus derechos de autor mándanos un mensaje (con previa identificación como portador de los derechos sobre el material reclamado) solicitando la retirada del material.